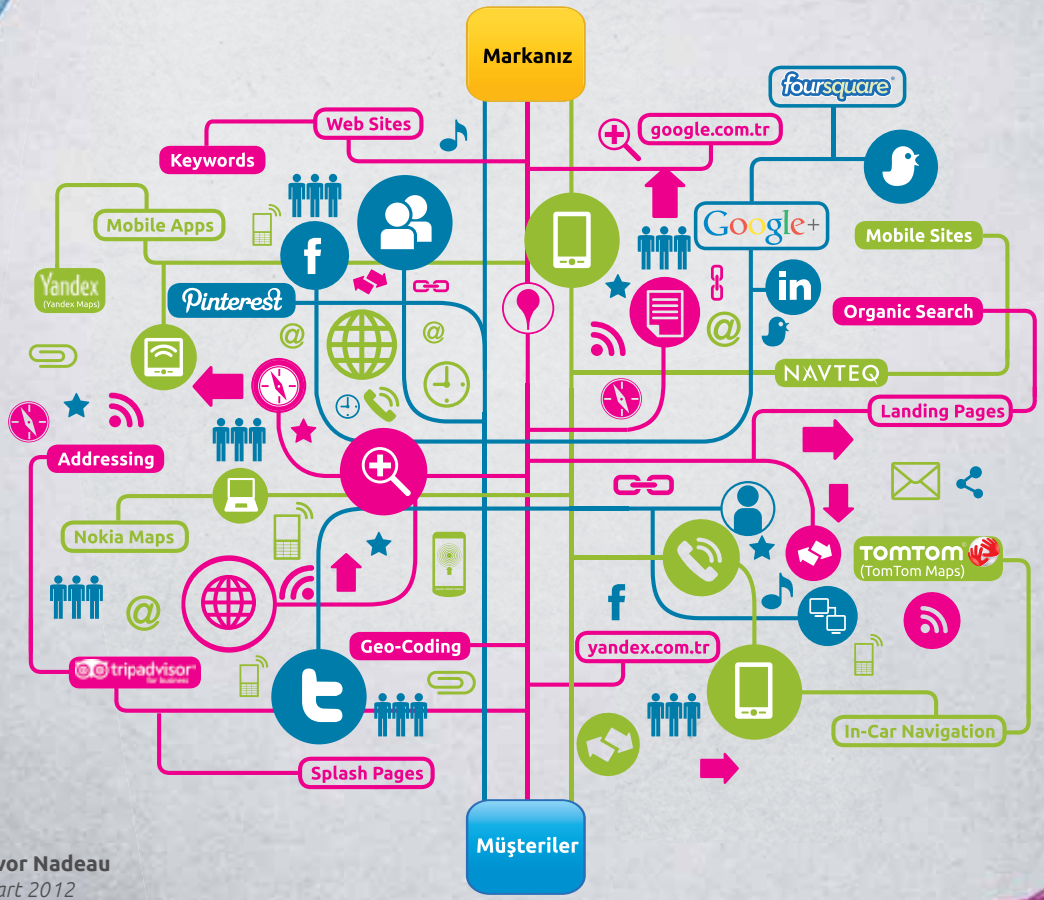
Türkiye için Marka SoLoMo El Kitabı

Türkiye'deki Sosyal, Lokal ve Mobil platformlarda markaların ve satış noktalarının kolayca bulunmasının yolu o!



Yazan: **Trevor Nadeau**

1. Baskı, Mart 2012

SoLoMo

Sosyal, Lokal ve Mobil

SoLoMo, Sosyal, Lokal ve Mobil kelimelerinin ilk iki harfinden oluşan bir kısaltmadır.

SoLoMo en basit şekilde, ileriyi düşünen pazarlamacı veya işletme sahibinin satış/ hizmet noktalarının (POS), çeşitli sosyal, lokal ve mobil platformlarda kolaylıkla bulunabilmesini sağlayacak kapsamlı bir “kontrol listesi”dir.

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Okuyucuya mesaj,

Türk okuyucular için özel olarak hazırladığım SoLoMo Marka El Kitabını okuduğunuz için teşekkürler. Bu kitabı yararlı ve bilgilendirici bulacağınızı, meslektaşlarınızla ve diğer profesyonellerle paylaşacağınızı umarım.

Bu kitapta SoLoMo'yu çok temel fikir ve bilgilerle özetlemeye çalıştım. Umarım bu kitap marka sahiplerinin, Marka SoLoMo ve lokasyon bazlı etkileşim konularını iyi bir şekilde algılamalarına yardımcı olur. En önemlisi de Türkiye'de lokasyon bazlı etkileşim faaliyetleri için çok sağlam bir temel inşa etmeye nereden başlayacakları konusunda onları yönlendirir.

"Türkiye için SoLoMo Marka El Kitabı"nı yazma fikrini bana verenlerin yerel arama sektöründe söz sahibi iki düşünce lideri olduğunu belirtmeliyim. Aslında bunu yaptıklarının farkında bile değillerdi. Tabii ki şu ana dek!

İlki, Umesh Tibrewal... vSplash Techlabs'in CEO ve kurucusu. Umesh 2012 yılı Ocak ayı başlarında İstanbul'daki Yellow Medya ofisimizi ziyaret etti ve Marka SoLoMo'nun kapsama gücü ve bu küresel pazarlama trendini görmezden gelen bir marka sahibinin katlanacağı sonuçlar üzerine ikna edici ve ilginç bir sunum yaptı.

İkincisi, Rob Reed, MomentFeed CEO ve kurucusu. Rob "SoLoMo Manifesto"nun yazarı. Özellikle ABD pazarı perspektifinden kaleme alınmış olsa da, "SoLoMo" olan her şeye ilişkin verdiği ayrıntılı açıklamalar, SoLoMo Manifesto'yu bugüne dek SoLoMo konusunda yazılmış tanıtımların en iyilerinden biri kılıyor açıkçası. Okumanızı öneririm. Bu el kitabının kaynakça sayfasında SoLoMo Manifesto kitapçığını indirebileceğiniz bir bağlantıyı bulabilirsiniz.

Bu el kitabıyla ilgili düşüncelerinizi ve Türkiye ya da dünyada uygulanan SoLoMo Marka uygulamalarıyla ilgili fikirlerinizi duymaktan çok memnun olurum. Düşünce ve yorumlarınızı Linkedin.com'da, SoLoMo Türkiye LinkedIn Grubu'nda yazarsanız ve paylaşırsanız harika olur.

Size ve markanıza başarılar dilerim,

Trevor Nadeau

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

İçindekiler

Sayfa 1 - Giriş

Sayfa 2 - Türkiye İçin Bazı İstatistikler

Sayfa 3 - Marka SoLoMo Durum Değerlendirmesi - Check-up

Sayfa 4 - Bir Satış/Hizmet Noktasının (POS) Anatomisi

Sayfa 5 - Marka SoLoMo Dünyasındaki Marka ve Firma Adları

Sayfa 6 - Türkiye'deki Bir Satış/Hizmet Noktasının (POS) Adresi (ÖNEMLİ BÖLÜM!)

Sayfa 7 - Türkiye'deki Her Bir Satış/Hizmet Noktası (POS) İçin Coğrafi Kod (BU DA ÖNEMLİ BİR BÖLÜM!)

Sayfa 8 - Her Bir Satış/Hizmet Noktası (POS) için Ayrı URL

Sayfa 9 - Marka SoLoMo'nun Ek Faydaları

Sayfa 10 - Marka SoLoMo Uygulaması - Paylaşmak Değer Vermektir

Sayfa 11 - Marka SoLoMo Uygulaması - Ev Ödevi

Sayfa 12 - Marka SoLoMo - Bunları Biliyor Musunuz?

Sayfa 13 - Kaynakça

Giriş

SoLoMo yani Sosyal, Lokal ve Mobil'e hoşgeldiniz...

Pazarlama dünyasını kasıp kavuran, markaların ve marka sahiplerinin Sosyal, Lokal ve Mobil pazarlamanın gücünü hızla kavradığı bir zamandayız. SoLoMo, şehir, ülke veya dünya çapında olması farketmeksizin bir markanın tüm satış noktalarını kolayca oluşturup yönetmesine izin veren yepyeni bir kavram.

Bu el kitabında özellikle Lokasyon Bazlı Etkileşim (LBE) kavramı üzerinde duracağız; bu kavram bir marka, bir ürün veya bir servis ile bir tüketici arasındaki alışverişin temelini oluşturmaktadır.

SoLoMo ve LBE anlaşılması kolay kavramlardır. Bu heyecan dolu yeni pazarlama kanalını kullanabilmenin anahtarı, başarılı bir Marka SoLoMo kampanyasını yayacak ve yönetecek sağlam bir temelin her bir satış/ hizmet noktası (POI) için oluşturulmasıdır.

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Türkiye İçin Bazı İstatistikler

SoLoMo gözüyle Türkiye istatistiklerine bir bakış...

İnternet Kullanıcısı : **35** milyon

Toplam Mobil Abone Sayısı : **63.8 milyon**

Akıllı Telefon Sayısı : **4,8 milyon**

Mobil Penetrasyonu : **%85**

Facebook Kullanıcı Sayısı : **31 milyon(+)**

Facebook Places Sayısı : **2.694**

Facebook Brand Pages Sayısı : **714**

Türkiye'deki Google+ Kullanıcı Sayısı : **1 milyon (+)**

Türkiye'ki Tekil Twitter Kullanıcı Sayısı : **7.2 milyon (+)**

Türkiye'deki LinkedIn üye sayısı : **1 milyon (+)**

Türkiye'deki foursquare kullanıcılarının tüm dünyadaki kullanıcılara oranı : **%2.1**

Nüfus
75 milyon

Şehir Sayısı
81

Ortalama Yaş
28.5

Büyüme Oranı
%8.5 (2011)

Yıllık Turist sayısı
32 milyon (2011)

İşletme sayısı
2.2 milyon (2011)

Web sitesi olan işletmelerin oranı
%25

Mobile uyumlu web sitesi olan işletmelerin oranı
%2

Referanslar için 13. sayfadaki Kaynakça'ya bakınız. (Ocak 2012 rakamları esas alınmıştır)

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Marka SoLoMo Durum Değerlendirmesi - Check-up

Markanız SoLoMo'ya uyumlu mu?
Siz de kabul edersiniz ki, soru sormak öğrenmenin en iyi/en kolay yöntemlerinden biridir. Aşağıdaki 10 basit sorudan oluşan Marka SoLoMo Durum Değerlendirme Check-up'ı, markanız adına iki temel görevi hızlıca yerine getirebilmenizi sağlayacaktır:
Bu sorular SoLoMo'nun bir marka için ne anlam ifade ettiğini açıklar.
Müşterilerinizin markanızla lokal seviyede etkileşime girme ve markanızı satın almasını sağlama yetisi ile ilgili olarak markanızın gücünü tanımlar.
Evet veya Hayır kutucuklarını işaretleyin ve sonraki soruya geçin. Çok kolay!

	Evet	Hayır
1. Markanıza ait her bir satış ve hizmet noktasının isim, adres ve telefon numarası bilgisine tam ve doğru olarak sahip misiniz?	☐	☐
2. Tüm satış ve hizmet noktalarınızın doğru coğrafi konumlandırma bilgisine (enlem ve boylam koordinatlarına) sahip misiniz? (maksimum 20 metre hata payıyla)	☐	☐
3. 1 ve 2. sorularda bahsedilen bilgileri kapsayan, doğru ve güncel bir excel dosyasına sahip misiniz?	☐	☐
4. Tüm satış ve hizmet noktalarınızı Google Haritalar'da veya Google Earth'te doğru noktalarda bulabiliyor musunuz?	☐	☐
5. Tüm satış ve hizmet noktalarınızı Nokia Haritalar'da doğru noktada bulabiliyor musunuz?	☐	☐
6. Tüm satış ve hizmet noktalarınızı TomTom Yerler'de doğru noktada bulabiliyor musunuz?	☐	☐
7. Tüm satış ve hizmet noktalarınızın online ve mobil dünyada bir varlığı bulunuyor mu? (Her biri ayrı bir alan adına sahip mi?)	☐	☐
8. Tüm satış ve hizmet noktalarınız Google/Yandex/Bing/Yahoo gibi arama motorlarının online ve mobil arama platformlarında yapılan doğal arama sonuçlarında bulunabiliyor mu?	☐	☐
9. Satış ve hizmet noktalarınızın her biri ayrı bir Facebook sayfasına sahip mi?	☐	☐
10. Satış ve hizmet noktalarınızın her biri foursquare'de bulunabiliyor ve 'check in' yapılabiliyor mu?	☐	☐

SoLoMo Durum Değerlendirmesini bitirdiniz ama size bir sorumuz daha var...

Mevcut müşterileriniz ile ürün ve hizmetlerinizden faydalanmak için arama yapan potansiyel müşterilerinizin sizi bulabilmesi ve sizinle iletişime geçebilmesi için markanıza ait satış ve hizmet noktalarınız ne yapıyor?

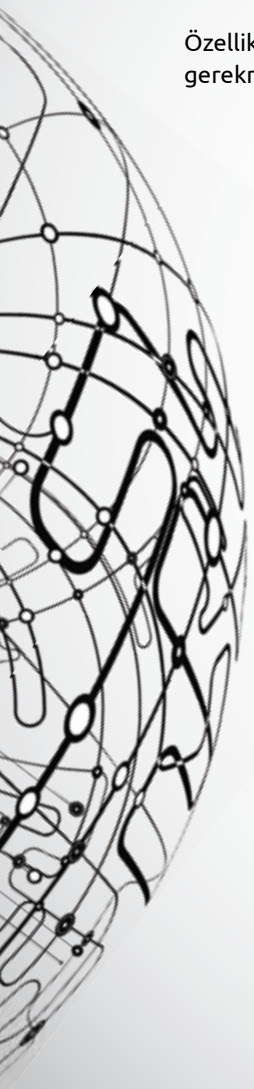
Yukarıdaki sorulardan sadece birini bile "Hayır" olarak cevapladıysanız, sonraki sayfalar size çok güzel bilgiler sunuyor.

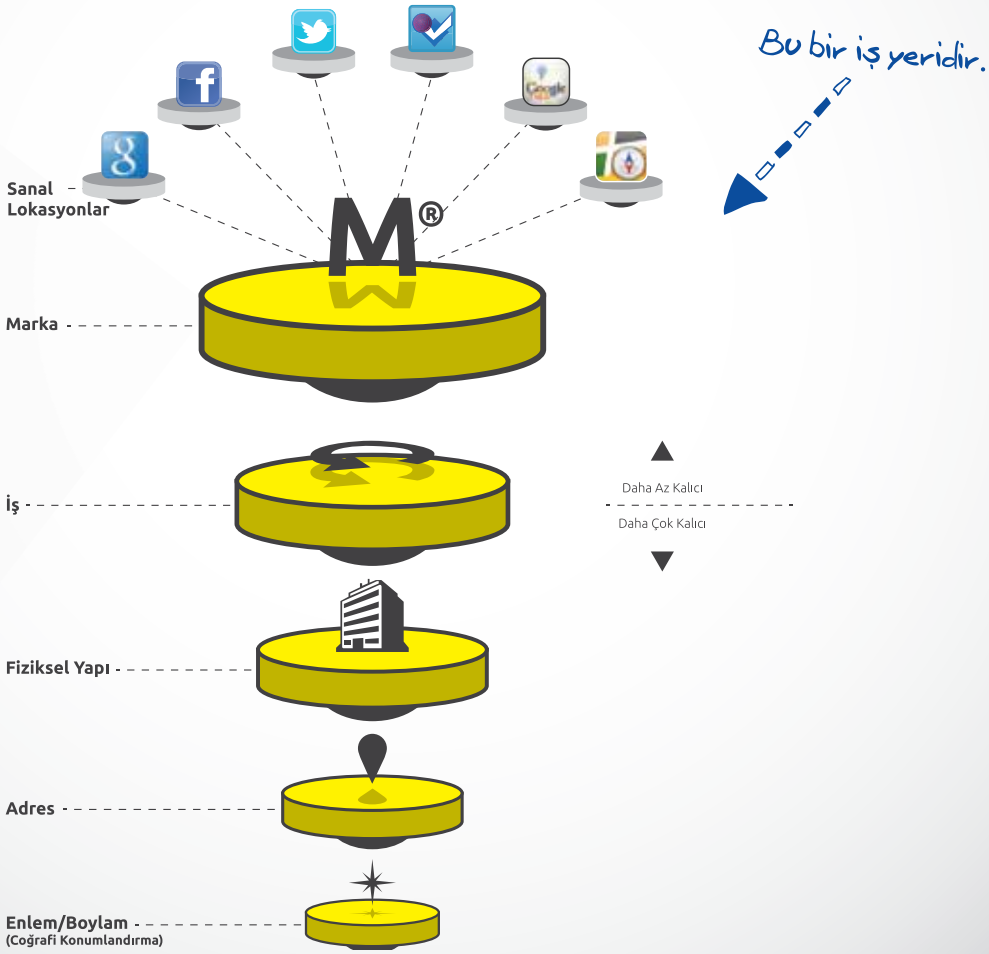
©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Bir Satış / Hizmet Noktasının Anatomisi

Lokasyon Bazlı Etkileşim kavramındaki her bir satış / hizmet noktasında aşağıdaki temel anatomi mevcuttur. İster bir, ister binlerce satış noktanız olsun, hepsi de aynı DNA'yı taşır.

Özellikle Türkiye'de tüm marka sahiplerinin bu bilgilerin doğru olduğundan emin olması gerekmektedir.





 Tablo 1 *(Bkz: Sayfa 13, Kaynakça)*

Marka SoLoMo'daki Marka ve Firma Adları

Marka ve Firma Adlarınızı Düzenleyin!

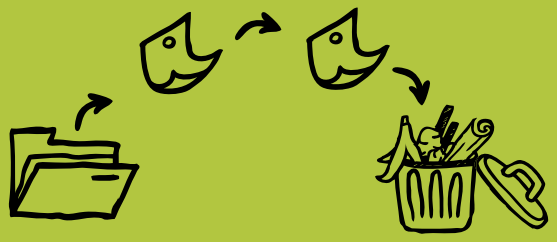
Türkiye'de marka ve firma sahiplerinin, ürün ve hizmetlerinin pazarlamasını yaparken temel bazı marka ve firma adı bilgilerini düzenlemeyi ve güncellemeyi göz ardı etmeleri şaşırtıcıdır. Özellikle çizgi üstü (above the line) reklam kampanyaları için yapılan harcamaları düşündüğünüzde durum çarpıcıdır.

Her şeyden önce Lokasyon Bazlı Etkileşim, tüketicilerin, marka ile ilgili araştırma yapan kişilerin ve alışveriş yapan müşterilerin markayı veya markayı satan işletmenin ticari adını online veya mobil aramalarda gerçekten bulabilmesini gerektirir. Bu da marka adı ve/veya firma adının "SoLoMo Dostu" olması gerektiği anlamına gelir.

"SoLoMo Dostu" olmak ne demektir?

"SoLoMo Dostu olmak nedir?" sorusunu yanıtlamanın en iyi yolu başka bir soru sormaktır, "Markamı veya firmamı bulmak isteyen kişiler Google arama kutusuna ne yazar?" Unutmayın henüz gerçek bir aramadan söz etmiyoruz. Sadece arama yapacak kişinin ne düşündüğünden ve ve arama kutusuna yazabileceği metinden söz ediyoruz.

Marka ve firma sahiplerinin arama motorlarına gönderilen ve burada listelenen marka ve firma adlarının gereksiz karışıklıklar içermemesini sağlamaları gerekir. Türkiye'de bir firmanın tescil işlemleri için "Şti. Ltd. Tic." ve benzeri bilgileri kullanması zorunludur, ama konu online veya mobil bir aramayla bulunma olduğunda marka veya firma adından kesinlikle çıkarılmaları gerekir. Aşağıda bulunan Türkiye'deki gerçek bir firma adının "öncesi ve sonrası" örneğine bakın.



Şimdi eğer bu online veya mobil bir arama olsaydı, kullanıcı muhtemelen marka adı veya firma adını girdikten sonra bir tür lokasyon bilgisi ekleyecekti. Belki "Pupa Şişli" ya da buna benzer başka bir şey. Bu bilgiler arama motorlarının sevdiği türden bilgilerdir. Neden? Çünkü bu bilgi, arama motoruna bunun büyük olasılıkla yerel bir arama olduğunu gösterir.

Pupa Bilişim Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. = Pupa

Yerel arama nedir? Yerel arama iki bölümden oluşur. İlk bölüm marka adı, firma adı, anahtar kelime veya firma türüdür ve ikinci bölüm ise lokasyondur.

Bu nedenle daima, marka ve firma adlarınız ile ilişkilendirilmiş satış noktası bilgilerinizin SoLoMo Dostu olduğundan emin olmalısınız!

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Türkiye'deki Bir Satış/Hizmet Noktasının Adresi

Türkiye'deki adres sistemi dünya üzerindeki en ayrıntılı sistemlerden biridir. Türkler bunu çok iyi biliyor ama biz yabancılar bunu pek bilmeyiz ve adreslemenin diğer Avrupa ülkelerindekine benzer olduğunu düşünürüz. Ama gerçek öyle değildir..!

Dünyanın dört bir yanında milyonlarca harita kullanıcısına sahip en büyük ve en başarılı harita platformları Türkiye'ye gelince ne yapacaklarını şaşırırlar. Haritalarına, online ve mobil arama platformlarına marka ve firma satış noktalarını eklerken çoğunlukla bocalar ve teknik olarak zorlanırlar. Bu zorluklara Araç İçi Navigasyon Sistemleri, PND'ler (Kişisel Navigasyon Sistemleri) ve tüm Cep Telefonu Navigasyon Uygulamaları da dahildir. Türkiye'deki bir satış/hizmet noktasının adresini farklı kılan, o lokasyona ilişkin adres detayı sayısıdır. 4. sayfadaki lokasyon anatomisini hatırlıyor musunuz? Aşağıda da Türkiye'deki bir adresin anatomisini bulabilirsiniz.

Türkiye'de sokak ve semt gibi adres detayları bulmak ve kaybolmak arasındaki ince çizgiyi belirler. Bu adres bilgileri aslında mevcuttur. Yalnızca doğru sırada toplanarak bir araya getirilmelidir.

ADRES	AÇIKLAMA	ÖRNEK
Şehir	Bir İli temsil eder	İstanbul
İlçe	Bir İlçeyi temsil eder	Bahçelievler
Semt	İlçe içerisindeki bir Semti temsil eder	Yenibosna
Mahalle	Semt içerisindeki bir Mahalleyi temsil eder	Köyaltı Mevki Merkez Mah.
Cadde	Ana Cadde adı	Değirmenbahçe Cad.
Sokak	Ana Cadde ile kesişen yan Sokakları temsil eder	Kavak Sok.
Bina Adı	Ticari binanın ya da konutun Adı. Bir Alışveriş Merkezi Adı da kullanılabilir.	StarCity Outlet Center
Bina Numarası	Bina Numarasını temsil eder	No:2
Kat	Kaçıncı Katta olduğunu temsil eder	K: Zemin Kat
Daire Numarası	Daire Kapı Numarasını temsil eder	D: 63
Adres Tarifi	İnsanların kolay ulaşmasını sağlayan Yakınındaki bilindik yerlerin adı	StarCity Outlet Center alışveriş merkezinin giriş katında.

Evet, buraya Posta Kodu eklemedik. Maalesef ki Türkiye'deki Posta Kodları hatalara neden olmaktadır. SoLoMo açısından bakıldığında Posta Kodu kullanılmamalıdır.

 ©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Türkiye'deki her bir Satış/Hizmet Noktası için Coğrafi Kod

"Coğrafi Kod nedir?" diye sorduğunuzu duyar gibiyim.

İngilizcesi GEOCODE (Geospatial Entity Object Code) olarak tanımlanan coğrafi kod, patentli bir coğrafi bilgi dönüşüm algoritması ve patentli bir coğrafi -uzay koordinat temsil formatını içeren bir sistemdir. :-)

Standart hale getirilmiş tamamen doğal sayı sunum formatı özelliği veya coğrafi -uzay koordinatı, belirli bir zaman noktasında dünyanın yüzeyinde, altında veya yukarısındaki tam bir lokasyonun veya coğrafi -uzay noktasının ayrıntılarını sunar.

Bilim adamı olmayanlar için konuyu biraz açalım: Coğrafi kod, iki sayının kombinasyonudur; bu sayılardan biri enlem, diğeri ise boylam olarak bilinmektedir. Dünyadaki her dijital harita üzerinde bir satış/hizmet noktasının tam lokasyonunu göstermektedir.

Türkiye'deki satış ve hizmet noktalarının adres yapısının karmaşıklığı nedeniyle, tüm marka satış ve hizmet noktalarının manuel olarak coğrafi konumlandırılmasının yapılması son derece önemlidir. Siz siz olun Coğrafi Kod oluşturmak için satış ve hizmet noktalarınıza ait veritabanınızla herhangi bir Haritalandırma API'si (uygulama programlama arayüzü) çalıştırmayın. Eğer çalıştırırsanız hata oranınız çok yüksek olacak ama siz hangi satış/hizmet noktası verilerinin hatalı olduğunu fark edemeyeceksiniz. Ta ki bir müşteriniz bir harita üzerinde, sosyal ağlarda veya bir web sitesindeki haritalarda gördüğü satış/hizmet noktanızı fiziki lokasyonunda bulamayıp şikayetçi olana kadar.

Türkiye'deki birçok şirket coğrafi konumlandırma hizmeti sunmaktadır, fakat ne yazık ki, bunların çoğu kendi adres veritabanlarındaki marka satış ve hizmet noktalarının adresi ile eşleşen coğrafi kod API'si kullanmaktadır. **Siz bu hataya düşmeyin!** Tüm satış ve hizmet noktalarınızın manuel olarak işaretlendiğinden emin olun.

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Her bir Satış/Hizmet Noktası için Ayrı URL

Evet, geldik karmaşık kısma. Bu bölüm biraz karışık gözükse de bir o kadar da önemli.

İlk duyduğunuzda basit gelse de bu bölümde web sayfaları, mobil optimizasyonu ve anahtar kelime etiketlemesi konularında en güncel bilgilere sahip değilseniz muhtemelen biraz yardıma ihtiyaç duyacaksınız.

Markanızın bulunduğu her satış ve hizmet noktası için ayrı bir URL'ye (alan adına) sahip olmalısınız. URL şu iki önemli öğeyi içermeli:

1. Satış ve hizmet noktası URL'si yerel arama için optimize edilmiş olmalı. Bu şu anlama geliyor: Sayfanın kaynak kodu ve grafi k arayüzü; anahtar kelimelere, tanımlara ve en önemlisi o belirli lokasyon için marka adı, fi rma adı, açık adres ve tüm iletişim bilgilerine sahip olmalı.
2. Satış ve Hizmet Noktası URL'si, masaüstü (PC ve MAC), tablet bilgisayar ve cep telefonları için optimize edilmiş olmalıdır. Bu, internet bağlantısı olan tüm cihazları kullanan kişilerin, satış ve hizmet nokatasına ait URL'ye kolayca erişebileceği anlamına gelir.

Bunu neden yapmalısınız? Çünkü Google ve Yandex gibi arama motorları fi ziksel bir iş yerine ait her bir tekil web sayfasının bileşenlerini endeksler. Arama motorları, fi rma ve marka isimleri ile birlikte adres, telefon numarası ve e-posta adresleri gibi lokal arama yaparken kullanılması gereken iletişim bilgilerini içeren online ve mobil sayfaları sever.

 ©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Marka SoLoMo'nun Ek Faydaları

Buraya kadar geldiniz, tebrik ederiz! Zor kısmı geride bıraktık.

Türkiye'de markanızın bulunduğu tüm satış ve hizmet noktalarını içeren eksiksiz, doğru, güncel ve tam olarak adreslenmiş bir veritabanına sahip olarak sadece markanızı güçlendirmekle kalmadınız, organizasyonunuzdaki tüm departmanların kendi faydaları için çeşitli şekillerde kullanabilecekleri çok önemli bir değer yaratmış oldunuz.

Oluşturduğunuz SoLoMo satış/hizmet noktası (POS) veritabanı, tedarik zinciri yönetimine dahil olan tüm departmanlarınız tarafından ilgiyle karşılanacaktır. Doğrudan firmanıza ve satış/hizmet noktalarınıza teslimat yapan tedarikçileriniz daha verimli teslimat güzergahları planlarken gelişmiş teslimat performansından faydalanabilir. Satış ekibiniz, satış planlaması yaparken bu bilgilerden yararlanabilir. Perakende karar yönetimi yeni satış/hizmet noktası lokasyonlarının geliştirilmesi ve pazar analizlerinde SoLoMo satış/hizmet noktası (POS) veritabanından yararlanabilir.

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Marka SoLoMo Uygulaması – Paylaşmak Değer Vermektir

Marka SoLoMo satış/hizmet noktası veritabanının oluşturulmasına yönelik bütün bu zorlu etapları tamamladınız. Potansiyel müşterilerinizin markanızı, ürünlerinizi ve/veya hizmetlerinizi bulabileceği ülkedeki tüm lokasyon detaylarına sahipsiniz.

Şimdi, bunu en iyi şekilde kullanma zamanı geldi. Harika bir eser yarattınız ve bunu herkes görmeli. Özellikle de markanıza, ürünlerinize ve hizmetlerinize ilgi duyanlar.

Amacınız tüm marka satış ve hizmet noktalarınızın Türkiye'de ve gerekiyorsa tüm dünyada mümkün olan her bilgisayardan, cep telefonundan, tabletten ve navigasyon cihazından bulunabilir olmasını sağlamaktır.

YouTube'dan bir sözcük çalacak olursak, "PAYLAŞIN" ve hep söylendiği gibi "PAYLAŞMAK DEĞER VERMEKTİR". Buradaki durumda "PAYLAŞMAK, MARKANIZA VE MÜŞTERİLERİNİZE DEĞER VERMEKTİR!"

Aşağıdaki Marka SoLoMo Etkileşim Çemberi, neyin gerçekleştirilmesi gerektiğini ve sonraki sayfadaki ödevinizi başarılı bir şekilde tamamladığınızda nelerin meydana geleceğini oldukça iyi açıklamaktadır.

Markanıza ait satış/hizmet noktlarınız bu platformlarda yer almalıdır!

 ©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Marka SoLoMo Uygulaması - Ev Ödevi

NOT: Bölüm P ve Bölüm Y'ye geçmeden önce Bölüm S'yi tamamlamalısınız.

Bölüm S *(Sıkıcının S'si çünkü tüm bunları yapmak çok sıkıcı!)*

1. Tüm satış ve hizmet noktalarınızı detaylı olarak adreslendirin.
2. Tüm lokasyonlarınızı manuel olarak coğrafi -kodlayın (maksimum 20 metre hata payı).
3. Firma adlarını ve marka adlarını düzenleyin.
4. Markayı veritabanınızdaki fi rma ile ilişkilendirin.
5. Masaüstü, tablet ve mobil optimizasyonu yapılmış HER BİR lokasyon için benzersiz bir URL oluşturun.
6. Bu bilgilerin tamamını tek bir excel tablosunda derleyin ve sürekli güncel tutun.

Bölüm P *(Paylaşmanın P'si)*

1. Bilgilerinizi Google Haritalar ve Google Earth'e gönderin.
2. Bilgilerinizi NAVTEQ (Nokia şirketidir) Haritalar'a gönderin.
3. Bilgilerinizi Nokia Haritalar'a gönderin.
4. Bilgilerinizi TomTom Haritalar'a (Yerler) gönderin.
5. Bilgilerinizi Yandex Haritalar'a gönderin.
6. URL'lerinizi Google.com'a gönderin.
7. URL'lerinizi Yandex.com.tr'ye gönderin.
8. URL'lerinizi Yahoo.com'a gönderin.
9. URL'lerinizi Bing.com'a gönderin.
10. foursquare'e satış ve hizmet noktalarınızı yükleyin.
11. Her bir satış ve hizmet noktası için Facebook Sayfası oluşturun.
12. Her bir satış ve hizmet noktası için Google+ Sayfası oluşturun.
13. Satış ve hizmet noktalarınızı paylaşabileceğiniz diğer platform/yerleri düşünün.

Bölüm Y *(Yönetmenin Y'si; SoLoMo ekosistemini yönetmelisiniz)*

1. Her bir satış ve hizmet lokasyonunu yönetin ve sürekli güncelleyin.
2. Tüm markaları, resimleri ve içeriği yönetin.
3. Sosyal etkileşim tekliflerini, güncellemelerini ve yayınlarını yönetin, devam ettirin ve takip edin.
4. Tüm online ve mobil trafi ği, tıklamaları, çağrıları ve postaları optimize edin ve analiz edin.

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Marka SoLoMo - Bunları Biliyor musunuz?

Bunu biliyor muydunuz?

Markanızın satış ve hizmet noktalarını foursquare'e yüklediğinizde, bunları yalnızca foursquare'e koymakla kalmazsınız. Aynı zamanda, foursquare API ve İçerik Platformu'nu kullanan on binlerce mobil uygulama geliştiricisinin kendi mobil, navigasyon ve lokasyon bazlı ürünlerini ve uygulamalarını geliştirmeleri için kaynak yaratmış olursunuz.

Bunu biliyor muydunuz?

NAVTEQ (Nokia şirketi) dünyanın en büyük ve en başarılı dijital harita şirketidir. Araç İçi Navigasyon Haritası pazarında %85 pazar payına sahiptir. Garmin, Appello, deCarta, Nokia, VW, Audi vb. gibi daha binlerce şirket ürünlerinde NAVTEQ Haritalarını kullanmaktadır. Bütün bu şirketler müşterilerine iyi bir kullanıcı deneyimi yaşatmak için marka satış ve hizmet noktalarınıza erişim sağlamayı istemektedir. NAVTEQ, markanızın satış ve hizmet noktalarını yayınlamaya hazırdır, ancak satış/hizmet noktalarınıza ait bilgilerin doğru olması gerekir.

Bunu biliyor muydunuz?

TomTom dünyanın ikinci en büyük dijital harita şirketidir ve PND (Kişisel Navigasyon Cihazı) satışlarında dünya lideridir. TomTom, haritalarıyla Araç İçi Navigasyon sistemlerini desteklemenin yanı sıra Navigasyon ve Yerel Arama için çok başarılı bir cep telefonu uygulamasına sahiptir. TomTom markanızın satış ve hizmet noktalarını yayınlamaya hazırdır, ancak satış/hizmet noktalarınıza ait bilgilerin doğru olması gerekir.

Bunu biliyor muydunuz?

Markanızın Satış ve Hizmet Noktalarını Google Haritalar'a gönderdiğinizde marka satış ve hizmet noktası lokasyonlarınız hem Google Haritalar'da gösterilecek, hem de binlerce web sitesinde, cep telefonu sisteminde, mobil uygulamalarda ve PND'lerde Google Haritalar API'si üzerinden yer alacaktır. Android'lerde Google Haritalar'ın nasıl göründüğüne hiç baktınız mı? İnanılmazdır.

Bunu biliyor muydunuz?

Türkiye'de, tüm Marka SoLoMo Lokasyon Bazlı Etkileşim kanalınızı yönetmenize yardım edecek bir şirket bulunmaktadır. Adreslemeden, Coğrafi konumlandırmaya, her bir firmaya özel URL oluşturma işleminden haritalara kayıt olmaya ve raporlamaya kadar her işlemi tek çatı altında toplayan tek şirket **Yellow Medya**'dır.

 ©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Kaynakça

Aşağıda Marka SoLoMo El Kitapçığı içerisinde referans olarak kullanılan kaynakları bulabilirsiniz.

Bu liste Marka SoLoMo stratejinize başlayabilmek için gerekli temel bilgileri kapsamaktadır, tabi ki bunlar dışında başka platformlarda mevcuttur.

- Google Haritalar & Google Earth - http://www.google.com/places/
- Nokia Haritalar (Nokia Location & Commerce) – http://maps.nokia.com
  (not: NAVTEQ Haritalar artık Nokia Location & Commerce olarak geçmektedir)
- TomTom Yerler - http://places.tomtom.com/
- Yandex Haritalar - http://harita.yandex.com.tr
- Bing Haritalar - http://www.bing.com/businessportal/
  (not: Bing Haritalar platformunun sağlayıcısı Nokia Haritalardır)
- Yahoo Haritalar - http://listings.local.yahoo.com/
  (not: Yahoo Haritalar platformunun sağlayıcısı Nokia Haritalardır)
- Google.com Online Varlık/Bulunabilirlik - http://www.google.com/webmasters/
- Yandex.com.tr Online Varlık/Bulunabilirlik - http://webmaster.yandex.com.tr
- Bing & Yahoo Online Varlık/Bulunabilirlik - http://www.bing.com/toolbox/webmaster
- Facebook Firma/Marka Sayfası - https://www.facebook.com/pages/create.php
- foursquare Markanın lokasyonu - https://foursquare.com/business/brands
- foursquare Satış/Hizmet Noktasının lokasyonu - https://foursquare.com/business/merchants
- Twitter - https://twitter.com
  (not: Twitter Firma Sayfaları şu anda sadece belli başlı Reklamverenler için mevcuttur.)
- Linkedln - https://www.linkedin.com
- Google+ Sayfası - http://www.google.com/+/business/
- TripAdvisor.com - http://www.tripadvisor.com/BusinessListings
- YouTube.com Channel - http://www.youtube.com/
- Anatomy of a Place - Robert Reed – The SoLoMo Manifesto - **http://www.momentfeed.com**
- Coğrafi Konumlandırma ve Adres Derleme – Yellow Medya - http://www.yellowmedya.com/
- Online & Mobil Varlık/Bulunabilirlik - vSplashTechlabs - http://www.vsplash.com/

İstatistikler - vSplash Tech Labs, ComScore, TURBISAD, socialbakers, Monitera, BTK (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu)

Türkiye için Marka SoLoMo El Kitapçığını indirmek için **www.solomo.com.tr** adresini ziyaret edebilir veya **handbook@solomo.com.tr** adresine mail atabilirsiniz.

©Telif Hakkı - Trevor Nadeau - Tüm hakları saklıdır. Mart 2012

Trevor Nadeau Hakkında

Trevor Nadeau, Yellow Medya'nın (Önceki adı ile 'Turkey Yellow Pages') Genel Müdürü'dür.

Nadeau, son 4 yılda, Yellow Medya'nın şimdi olduğu gibi Türkiye'nin en doğru ve güncel firma listeleme ve coğrafi konumlandırma veritabanına sahip olması için gerekli yönlendirmeleri yapmıştır. Nadeau, Türkiye'deki adres yapısının karmaşıklığının, iş yerlerinin coğrafi konumlandırılması ile veri paylaşımı ve yönetiminde firma ya da marka sahipleri için ne tür zorluklara neden olduğu hakkında derinlemesine bilgi sahibidir.

Kanada Montreal doğumlu olan Trevor Nadeau, 1986 yılında Concordia University'den mezun olduktan sonra Toronto'daki Tele-Direct'e (Bell Canada Yellow Pages) katıldı. Burada sekiz yıl boyunca görev yapan Nadeau, sonrasına Kuzey Amerika perakende ve kurumsal yazılım pazarında satış ve pazarlama uzmanı olarak BT sektöründeki karıyerine başladı. 2005 yılında Al Wahda-Express
Group of Companies'de (AWE) Bilişim ve İnternet Servisleri Bölge Müdürü görevine getirilen Nadeau, 2008 yılında İstanbul'a taşınana kadar AWE'nin Mısır Yellow Pages Kahire ofisinde görev aldı.

Trevor Nadeau' ya Twitter üzerinden ulaşabilirsiniz: @livinistanbul

SoLoMo

Sosyal, Lokal ve Mobil

Türkiye için Marka SoLoMo El Kitapçığını indirmek için
www.solomo.com.tr adresini ziyaret edebilir veya
handbook@solomo.com.tr adresine mail atabilirsiniz.